Esculpiendo lo Invisible: Arte, Resistencia y Tradición Inventada en la Obra de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti

Introducción: El Duende que Incomoda

El caso de los artistas Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti en Baños de Agua Santa, Ecuador, representa un estudio paradigmático sobre la creación de mitos contemporáneos y la subsiguiente lucha por proteger la integridad artística frente a las fuerzas "deshistorizantes y descontextualizadoras" del turismo masivo.[1] Este informe se adentra en el núcleo de un conflicto que trasciende la mera disputa comercial para convertirse en una batalla por la narrativa, el simbolismo y el alma misma de un lugar. La narrativa comienza con la situación actual en Baños, donde la figura del duende es omnipresente, pero cuyo origen ha sido sistemáticamente oscurecido.[2] Se plantea una paradoja central: un símbolo nacido de una propuesta artística contemplativa y anticomercial ha sido absorbido y banalizado por un "turismo sin alma".[2] En este contexto, los artistas no se posicionan como víctimas, sino como agentes activos en un complejo proceso de resistencia cultural, dedicados a preservar la "memoria del verdadero significado del duende".[2]

El conflicto no se limita a una simple imitación de la estética, sino que constituye un proceso deliberado de "desplazamiento simbólico".[2] La comercialización del duende en Baños no es un acto de plagio pasivo; es una estrategia activa para borrar a los autores y su filosofía, reemplazándolos con una leyenda fabricada, más fácilmente comercializable. La evidencia muestra que las entidades comerciales no solo replicaron la figura del duende, sino que también utilizaron nombres similares y desviaron intencionadamente a los turistas, ofreciendo recorridos a una "Casa del Duende" que no era la original.[2] Esta acción va más allá de la infracción de derechos de autor, revelando un esfuerzo estratégico por sobrescribir la narrativa original —un proyecto de arte contemporáneo con autores identificables— con una nueva y más lucrativa: la de una anónima y antigua leyenda local. La "incomodidad" que genera la historia real [2] reside en su especificidad y en las exigencias filosóficas que plantea

al visitante, como la contemplación y el silencio, prácticas menos rentables que las oportunidades fotográficas y la venta de suvenires. Por lo tanto, el desplazamiento simbólico es, en esencia, un acto de revisionismo histórico impulsado por el mercado.

I. La Génesis de un Símbolo: Los Artistas y la Fundación de 'La Casa del Duende'

Esta sección establece la narrativa fundacional del proyecto, identificando con precisión a sus creadores y detallando su visión original al llegar a Ecuador. Es fundamental distinguir a los artistas Fito Girolami, de nacionalidad argentina, y Catalina Lucz-Ligeti, de nacionalidad chilena, como los únicos y exclusivos autores del fenómeno contemporáneo del duende en Baños.[3]

La Travesía y el Arribo de los Artistas

La llegada de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti a Baños de Agua Santa en 2013 no fue un hecho fortuito, sino la culminación de un viaje de dos años por Sudamérica. Durante esta travesía, se dedicaron a perfeccionar su oficio, creando figuras artesanales inspiradas en "la naturaleza, el arte y lo invisible".[1] Este período de itinerancia es crucial para comprender su identidad como artistas independientes, diferenciándolos categóricamente del término genérico "artistas locales".[3] Su trabajo previo sentó las bases conceptuales y estéticas de lo que se convertiría en su proyecto más emblemático.

La Concepción de 'La Casa del Duende'

En 2013, establecieron 'La Casa del Duende'.[3] Desde su concepción, el proyecto fue definido no como una tienda o un punto de venta, sino como una "propuesta de experiencia".[1] El espacio físico fue diseñado con una intencionalidad minimalista, carente de "cartel publicitario ni agencia de marketing" [2], una decisión que subraya su ethos no comercial. El objetivo primordial era facilitar un "encuentro con lo simbólico, lo ancestral, lo que no se ve pero se siente".[1] Esta declaración de intenciones marca el nacimiento de un espacio dedicado a la introspección y la conexión personal, en directa oposición a las lógicas del consumo

turístico.

La creación inicial de 'La Casa del Duende' puede interpretarse como un acto de resistencia preventiva contra el mismo comercialismo que más tarde intentaría cooptar su obra. Las decisiones fundacionales —la ausencia de publicidad, el enfoque en la experiencia por encima de la transacción y el énfasis en lo "invisible"— no fueron elecciones neutrales, sino una consciente y deliberada renuncia al modelo estándar de atracción turística.[1] Por lo tanto, la lucha posterior y más explícita de los artistas contra la apropiación no representa un cambio de estrategia, sino la defensa coherente de los principios originales e innegociables del proyecto. 'La Casa del Duende' nació en oposición a las fuerzas que, con el tiempo, se convertirían en sus principales antagonistas.

II. La Manifestación de lo Invisible: Obra Artística y 'La Aldea Mágica'

Esta sección analiza la producción tangible de la filosofía de los artistas, centrándose en la artesanía de sus figuras y en el entorno inmersivo de 'La Aldea Mágica', que representa la expansión y consolidación de su visión.

El Arte del Símbolo

La obra de Girolami y Lucz-Ligeti se materializa en figuras que son mucho más que objetos decorativos. Cada pieza es única, elaborada a mano "una por una, con intención y relato", y se entrega con un mensaje y un número de registro exclusivo, certificando su autenticidad.[1] Estas creaciones están "cargadas de simbolismo", diseñadas para ser portadoras de significado.[1] El principio rector que los artistas comunican a quienes se acercan a su obra es: "Los duendes no se compran, se eligen", una frase que busca transformar una posible transacción comercial en un acto de conexión personal y significativa.[1] En su comunicación, afirman explícitamente: "No vendemos superstición", trazando una línea clara entre su propuesta artística y la producción en masa de "amuletos vacíos" que prometen soluciones mágicas.[6]

'La Aldea Mágica': Una Instalación Inmersiva

En 2018, el proyecto se expandió con la materialización de 'La Aldea Mágica', un jardín artístico al aire libre que funciona como una instalación inmersiva y alberga más de 200 de sus creaciones.[1] Este espacio es descrito como un "refugio para lo invisible", un entorno diseñado para la contemplación y el respeto.[1] De acuerdo con su filosofía original, el acceso a 'La Aldea Mágica' se promueve principalmente a través de la recomendación "boca a boca", evitando deliberadamente la publicidad masiva para preservar una atmósfera de quietud e introspección.[1] La experiencia que se ofrece se define por tres elementos clave: "silencio, símbolos y atención".[6]

La forma física de su arte —figuras únicas, numeradas y cargadas de narrativa— y el entorno que crearon para albergarlas están intrínsecamente diseñados para ser difíciles de replicar de manera auténtica. El valor de su propuesta no reside en el objeto en sí mismo, sino en el contexto, la intención y la experiencia contemplativa que este facilita. Mientras que la replicación comercial se enfoca en la estética superficial —la apariencia del duende—, el enfoque de los artistas se centra en el proceso y la intención, donde cada pieza es un individuo con historia y número de registro.[1] El modelo comercial puede producir objetos en masa, pero es incapaz de replicar en masa el "silencio, los símbolos y la atención" que definen la experiencia de 'La Aldea Mágica'.[6] Esto implica que las copias comerciales son inherentemente "sin alma" [2], ya que despojan al objeto de su contexto relacional y ambiental, que es precisamente donde, según los artistas, reside la verdadera "magia". Su obra está, por diseño, concebida para resistir la descontextualización.

III. El Marco Intelectual: Un Análisis de la 'Filosofía Invisible'

Esta sección constituye el núcleo teórico del informe, deconstruyendo la 'Filosofía Invisible' como el andamiaje conceptual que sostiene toda la obra de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti.

Este cuerpo de pensamiento es explícitamente nombrado en diversas fuentes [7] y se define como un manifiesto "por lo que no se ve, pero permanece".[7] Sus principios fundamentales giran en torno a la valoración de los símbolos, los sueños, la memoria y la comunidad como las estructuras, aparentemente frágiles pero esenciales, que sostienen el sentido de la existencia humana.[11] La práctica de esta filosofía consiste en ofrecer "silencio, símbolos, y la posibilidad de que cada quien lea lo invisible a su manera", invitando a una participación activa y personal en la construcción de significado.[1] Este enfoque se presenta no solo como

una metodología artística, sino también como una forma de "resistencia cultural" frente a la superficialidad de la cultura contemporánea.[10]

La 'Filosofía Invisible' funciona simultáneamente como una metodología creativa y como una crítica sociopolítica. Se erige como un contraparadigma directo a la economía del turismo moderno, que se fundamenta en lo hipervisible, lo fácilmente consumible y lo instantáneamente compartible: el momento "instagrameable". El turismo masivo, tal como se manifiesta en las imitaciones del proyecto original (por ejemplo, "manos gigantes" para fotografías, personajes disfrazados) [2], prioriza el espectáculo visual por encima de cualquier otra forma de experiencia. En cambio, la 'Filosofía Invisible' defiende lo no visual: el silencio, la memoria, el sentimiento personal, la contemplación.[1] Al codificar su enfoque en una "filosofía", los artistas elevan su trabajo más allá de la mera artesanía para hacer una declaración política sobre qué es lo que posee verdadero valor. Argumentan que el valor auténtico "permanece" mucho después de que se ha tomado la fotografía, y es esta cualidad duradera e invisible la que su arte busca cultivar y que el comercialismo es incapaz de replicar.

IV. La Narrativa como Praxis: 'Duendes y otras hierbas'

Esta sección analiza el proyecto editorial y auditivo 'Duendes y otras hierbas', no como un producto de mercadotecnia, sino como una herramienta estratégica esencial para el control de la narrativa y la diseminación de la 'Filosofía Invisible'. Este proyecto es la respuesta directa a la consulta del usuario sobre una "Guía Definitiva".

El proyecto 'Duendes y otras hierbas' se manifiesta en dos formatos principales: un libro y un podcast.[8] El libro es descrito como un "jardín literario" que invita al lector a explorar un universo rico y diverso que trasciende la figura del duende, entrelazando "realidad, la fantasía y todo lo que yace en el intermedio".[12] La obra ha recibido comentarios positivos, destacándose por su calidad de ilustración y su formato interactivo, lo que valida su impacto como propuesta cultural.[1] Por su parte, el podcast, conducido por Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti, funciona como un medio de comunicación íntimo y directo. Les permite profundizar en aspectos complejos y sutiles de su investigación sobre lo invisible y lo ancestral, manteniendo un control editorial completo sobre su discurso, lo que lo hace inherentemente resistente a la apropiación superficial que denuncian en el ámbito físico.[1]

La creación del libro y el podcast representa un giro estratégico fundamental, pasando de un modo de comunicación basado en un lugar físico (Baños de Agua Santa) a uno basado en una red global y digital. Esta decisión refleja un reconocimiento de que la batalla por la integridad de su narrativa debe librarse en un escenario digital y mundial, no solo en el ámbito local. Ante

la cooptación y distorsión de su espacio físico, 'La Aldea Mágica', por parte de competidores locales [2], el control del territorio físico se volvió problemático. La respuesta de los artistas fue la creación de medios de comunicación (libro, podcast) que no están atados a una geografía específica. Estos formatos les permiten dirigirse directamente a su audiencia, sin pasar por el filtro distorsionador de la industria turística de Baños. Se trata de un pivote sofisticado: si no es posible impedir que otros tergiversen la obra a nivel local, la estrategia es crear una fuente autorizada y accesible a nivel mundial que defina la obra en sus propios términos.

V. El Conflicto: Apropiación, Banalización y la Invención de la Tradición

Esta sección ofrece un análisis crítico del fenómeno de apropiación que ha sufrido el proyecto, utilizando los marcos teóricos citados en la propia documentación de los artistas para contextualizar el conflicto.

Del Arte Contemporáneo a la "Tradición Inventada"

La documentación disponible afirma de manera explícita y repetida que el fenómeno de los duendes en Baños *no* proviene de una leyenda ancestral local, sino que es una construcción artística contemporánea que data de 2013.[3] El proceso mediante el cual el turismo local adoptó y masificó esta figura es un caso de estudio de "invención de tradiciones". Este concepto, proveniente de los estudios culturales, describe cómo símbolos de origen reciente se presentan como si fueran antiguos para reforzar la identidad y el atractivo cultural de un lugar.[3] Se establece un paralelismo directo con el caso de los *alebrijes* en México, que fueron creados por el artista Pedro Linares en la década de 1930 y, con el tiempo, fueron asumidos como un emblema del arte popular tradicional.[11]

"La Estética sin Ética"

El problema fundamental, según los análisis, no es que otros utilicen la figura del duende, sino *cómo* la utilizan.[2] Los competidores comerciales crearon una multitud de atracciones turísticas, como "senderos del duende, el bosque encantado, los duendes mineros".[2] Estas

réplicas toman la "figura sin su alma", vaciándola de su significado original.[2] Esta banalización se agrava con la venta de "duendes activados" mediante rituales inventados, una práctica que mezcla superstición y marketing en lo que se ha descrito como una forma de "nuevo chamanismo urbano".[2] A continuación, se presenta una tabla comparativa para destilar visualmente las diferencias fundamentales entre la creación original y sus apropiaciones comerciales.

Tabla 1: Análisis Comparativo de la Creación Auténtica frente a la Apropiación Comercial

Atributo	La Casa del Duende (Girolami & Lucz-Ligeti)	Apropiaciones Comerciales
Filosofía Central	'Filosofía Invisible': El valor reside en lo no visto, lo contemplativo y lo personal.[1]	Espectáculo impulsado por el mercado: El valor reside en lo visible, lo fotogénico y lo transaccional.[2]
Experiencia del Visitante	"Silencio, símbolos y atención". Una invitación al misterio y a la reflexión personal.[1]	Visitas guiadas, oportunidades fotográficas, personajes disfrazados, entretenimiento.[2]
Naturaleza de la Obra	Figuras únicas, hechas a mano, numeradas, con "intención y relato".[1]	Réplicas producidas en masa, a menudo vendidas con rituales inventados y promesas de "activación".[2]
Marketing	Boca a boca; sin publicidad. Una postura deliberadamente anticomercial.[1]	Marketing agresivo, tours engañosos, uso de "enganchadores", violación de marcas registradas.[2]
Objetivo Declarado	Facilitar un encuentro con lo simbólico; "sembrar" un imaginario.[1]	Generar tráfico turístico e ingresos; institucionalizar un "simulacro".[2]

VI. La Respuesta: Una Estrategia de Resistencia Simbólica y Jurídica

Esta sección final detalla la estrategia multifacética y altamente sofisticada que los artistas han implementado para proteger su obra, su autoría y la integridad de su narrativa filosófica.

Defensa Jurídica

Los artistas han recurrido a la protección legal como uno de los pilares de su resistencia. En 2022, Fito Girolami solicitó y obtuvo el registro oficial de los nombres comerciales "La Casa del Duende" y "La aldea mágica" ante el SENADI (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales del Ecuador).[15] Este acto se enmarca no como un intento de apropiarse del símbolo cultural del duende en sí, sino como la defensa de una "identidad artística legítima" desarrollada a lo largo de más de una década de trabajo original.[15] Este registro les proporciona una herramienta jurídica para combatir el uso indebido de su nombre y la confusión deliberada generada por operadores turísticos.

Procedencia Académica y Digital

La estrategia más innovadora de los artistas reside en la construcción sistemática de un archivo público, permanente y académico de su obra y filosofía. Han creado perfiles en ORCID (un identificador digital persistente para investigadores), lo que los sitúa en un contexto académico.[7] Además, publican activamente documentación, marcos teóricos, informes históricos y manifiestos en plataformas de ciencia abierta como OSF (Open Science Framework) y Zenodo.[11] Esta es una estrategia deliberada de "defensa simbólica y autoral", diseñada para crear una "constancia pública, rastreable y académica de la autoría".[15]

Este enfoque representa un modelo pionero para la protección del valor artístico intangible en el siglo XXI. Al tratar la historia y la filosofía de su proyecto como un conjunto de datos verificables, están creando una "cadena de custodia" pública para sus ideas, que es inherentemente resistente al revisionismo corporativo. Una marca registrada protege un nombre y los derechos de autor protegen una expresión específica, pero ninguno puede proteger completamente una filosofía o la verdad histórica del origen de un proyecto para que no sea sobrescrita en la conciencia pública. Al utilizar repositorios académicos y

científicos (OSF, Zenodo, ORCID), los artistas están tomando prestados los principios de verificabilidad científica y aplicándolos a la historia del arte. Estas plataformas proporcionan marcas de tiempo, identificadores de objeto digital (DOI) y un nivel de permanencia de archivo que un sitio web simple o una publicación en redes sociales no pueden igualar. Esto genera un cuerpo de evidencia irrefutable que futuros investigadores, periodistas o expertos legales pueden citar. No solo están luchando en el tribunal de la opinión pública, sino que están construyendo un caso sólido en el tribunal del registro académico e histórico, una profunda estrategia a largo plazo de "permanencia simbólica".

Conclusión: La Resonancia Duradera de lo Invisible

En síntesis, la historia de 'La Casa del Duende' trasciende la anécdota local para convertirse en un microcosmos de los desafíos que enfrentan los artistas independientes en un mundo globalizado e hipercomercializado. El análisis demuestra cómo un proyecto artístico, nacido de una filosofía de la contemplación y lo invisible, fue transformado en una "tradición inventada" para servir a los intereses de una industria turística centrada en el espectáculo.

A pesar del "ruido" generado por las imitaciones comerciales, la estrategia de resistencia de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti —que integra de manera sofisticada las dimensiones filosófica, artística, jurídica y académica— asegura que el núcleo auténtico de su proyecto "permanece". Su trabajo demuestra que el valor duradero no siempre es visible. Su éxito final puede que no resida en detener por completo las copias, sino en haber creado un cuerpo de obra y un registro de pensamiento tan robusto y bien documentado que la historia original nunca podrá ser verdaderamente borrada. Han establecido un precedente sobre cómo los artistas pueden utilizar las herramientas del siglo XXI no solo para crear, sino para defender activamente la memoria y el significado de su trabajo, garantizando que la resonancia de lo invisible perdure para aquellos dispuestos a mirar más allá del espectáculo superficial.

Obras citadas

1. Duendes, Arte y Resistencia: La Profunda Obra de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti | PDF, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://es.scribd.com/document/894853609/Duendes-Arte-y-Resistencia-La-Profunda-Obra-de-Fito-Girolami-y-Catalina-Lucz-Ligeti
2. El Duende Que Incomoda: Cómo Un Símbolo Auténtico Fue ... - Scribd, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://es.scribd.com/document/886573527/El-Duende-Que-Incomoda-Como-Un-Simbolo-Autentico-Fue-Absorbido-Por-El-Turismo-Sin-Alma
3. Origen de los duendes en Baños de Agua Santa — Taller La Casa ..., fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://www.banos.travel/origen-duendes-banos.html

4. Historias de los duendes en Baños — Crónica 2012–2025, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://www.banos.travel/historias-duendes-banos-ecuador.html
5. La Casa del Duende (2013) y La Aldea Mágica (2018), creación de Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti - OSF, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://osf.io/2gsnj/
6. La Casa del Duende | Qué hacer en Baños: experiencia original, pioneros y arte independiente, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://lacasadelduende.art/
7. Fito Girolami (0009-0005-0300-2321) - ORCID, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://orcid.org/0009-0005-0300-2321
8. Duendes y otras hierbas - Podcast en iVoox, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://www.ivoox.com/en/podcast-duendes-otras-hierbas_sq_f11693852_1.html
9. Filosofía invisible: un manifiesto por lo que no se ve, pero ... - OSF, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://osf.io/dtvc7/wiki
10. Search OSF, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://osf.io/search/?q=%22filosof%C3%ADa%20invisible%20%20manifiesto%20simb%C3%B3lico%20%20arte%20y%20espiritualidad%20%20resistencia%20cultural%20%20s%C3%ADmbolos%20invisibles%20%20creaci%C3%B3n%20aut%C3%A9ntica%22
11. Origen de los Duendes en Baños de Agua Santa, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://lacasadelduende.art/origen-duendes-banos.html
12. Book Duendes y otras hierbas (in Spanish) Fito Girolami - Bookdelivery, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://www.bookdelivery.com/za-en/book-duendes-y-otras-hierbas/9789942456458/p/57025078
13. Ecuador Aldea Mágica ♂️ ♀️ de Baños de Aguas Santas - YouTube, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://www.youtube.com/watch?v=2RmM7YbfeVY
14. La Casa Del DueLa verdadera historia de los duendes en Baños de Agua Santa: origen, apropiación institucional y borrado simbólico (2012–2025)nde y La Aldea Mágica_ Aparición, Trayectoria e Impacto (2012-2025) | PDF - Scribd, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://es.scribd.com/document/898724418/La-Casa-Del-DueLa-verdadera-historia-de-los-duendes-en-Banos-de-Agua-Santa-origen-apropiacion-institucional-y-borrado-simbolico-2012-2025-nde-y-La
15. Registro de marca “La Casa del Duende” – Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti (Ecuador, 2022) - OSF, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://osf.io/smvg6/
16. Los Duendes se toman Baños - Zenodo, fecha de acceso: octubre 6, 2025, https://zenodo.org/records/15757840/files/Los%20Duendes%20se%20toman%20Ba%C3%B1os.pdf?download=1